

OECD:N NEUVOSTON SUOSITUS OHJEIKSI KULUTTAJANSUOJASTA SÄHKÖISESSÄ KAUPANKÄYNNISSÄ

Kuluttajalainsäädäntö, kuluttajapolitiikka sekä säädetyt ja sovitut toimintatavat rajoittavat vilpillistä, harhaanjohtavaa ja sopimatonta menettelyä kaupankäynnissä. Nämä suojatoimet ovat välttämättömiä pyrittäessä lisäämään kuluttajien luottamusta elinkeinoelämään ja luomaan tasapainoisempi suhde yritysten ja kuluttajien välille kaupankäynnissä.

Sähköiset markkinat muodostavien digitaaliverkkojen ja tietokonetekniikan eri osa-alueiden itsestään selvä kansainvälisyys edellyttää globaalia suhtautumista kuluttajansuojaan osana sähköistä kaupankäyntiä koskevien selkeiden ja odotettavissa olevien lainsäädäntö- ja itsesääntelymekanismien muodostamaa kokonaisuutta. Globaali verkostoympäristö koettelee jokaisen maan tai lainkäyttöalueen kykyä kohdistaa riittävää huomiota kuluttajansuojaan liittyviin kysymyksiin sähköisessä kaupankäynnissä. Kansallisten linjausten eroavuudet voivat hidastaa sähköisen kaupankäynnin kasvua, joten näitä kuluttajansuojaan liittyviä kysymyksiä voidaan lähestyä tehokkaimmin kansainvälisen neuvottelutoiminnan ja yhteistyön puitteissa. OECD:n jäsenmaiden hallitukset ovat todenneet, että kansainvälisesti yhteensovitettuja lähestymistapoja saatetaan tarvita tietojen vaihdossa ja yleisen ymmärtämyksen luomiseksi siitä, miten näitä kysymyksiä tulisi lähestyä.

Hallitusten odotetaan osaltaan helpottavan uusien verkkoteknologioiden tuloon perustuvaa yhteiskunnallista kehitystä ja talouskasvua sekä luovan tehokkaan ja selkeän kuluttajansuojan kansalaisilleen sähköisessä kaupankäynnissä. Kauppatapoja toki säännellään jo nytkin monin eri tavoin kuluttajansuojalainsäädännössä. Useat OECD:n jäsenmaat ovatkin ryhtyneet tarkistamaan voimassa olevia kuluttajansuojasäännöksiään ja menettelytapojaan selvittääkseen, pitäisikö niitä mahdollisesti muuttaa sähköisen kaupankäynnin erityispiirteiden huomioon ottamiseksi. Jäsenmaissa tutkitaan myös mahdollisuuksia saada itsesääntelytoimin aikaan tehokas ja oikeudenmukainen kuluttajansuoja sähköiseen kaupankäyntiin. Näiden tavoitteiden saavuttaminen edellyttää koko yhteiskunnalta sekä asian ymmärtämistä että aktiivista toimintaa, ja kaikki tällaiset aloitteet tulee toteuttaa osana hallitusten, yritysten ja kuluttajien sekä heidän edustajiensa maailmanlaajuisista yhteistoimintaa.

Huhtikuussa 1998 OECD:n kuluttajapoliittinen komitea ryhtyi valmistelemaan yleistä ohjeistoa kuluttajansuojasta sähköisessä kaupankäynnissä päämääränään kuitenkin olla luomatta esteitä kaupankäynnille. Nämä ohjeet muodostavat hallituksille ja yrityksille sekä kuluttajille ja heidän edustajilleen tarkoitetun suosituksen tehokkaan kuluttajansuojan keskeisistä seikoista sähköisessä kaupankäynnissä. Mikään suosituksissa sanottu ei kuitenkaan saa rajoittaa minkään osapuolen mahdollisuuksia mennä ohjeita pidemmälle eikä estää jäsenmaita ylläpitämästä tai ottamasta käyttöön ankarampia määräyksiä kuluttajien suojelemiseksi sähköisessä kaupankäynnissä. Ohjeiden tarkoituksena on erityisesti tarjota sekä puitteet että periaatteet, jotka auttavat

i) hallituksia niiden tarkistaessa, muotoillessa ja toteuttaessa kuluttaja-asioita ja säädösten täytäntöönpanoa koskevia linjauksiaan, menettelytapojaan ja määräyksiään, mikäli se on välttämätöntä tehokkaan kuluttajansuojan aikaansaamiseksi sähköisessä kaupankäynnissä;

ii) elinkeinoelämän järjestöjä, kuluttajien ryhmittymiä ja itsesääntelyä harjoittavia toimielimiä antamalla niille opastusta tehokkaan kuluttajansuojan keskeisistä piirteistä, jotka tulee ottaa huomioon tarkistettaessa, muotoillessa ja toteutettaessa sähköiseen kaupankäyntiin liittyviä itsesääntelyjärjestelmiä; sekä

iii) yksittäisiä, sähköistä kauppaa harjoittavia yrityksiä ja siihen osallistuvia kuluttajia antamalla tietojen julkistamisen ja hyvien kauppatapojen pääpiirteistä selkeitä ohjeita, joita yritykset ovat velvollisia antamaan ja joita kuluttajien tulisi vaatia sähköisen kaupankäynnin yhteydessä.

Edellä sanotun nojalla neuvosto, joka

ottaa huomioon OECD:stä 14 päivänä joulukuuta 1960 tehdyn yleissopimuksen 5 artiklan b kohdan;

ottaa huomioon 8-9 päivinä lokakuuta 1998 annetun ministeritason julistuksen kuluttajansuojasta sähköisen kaupankäynnin yhteydessä [Declaration on Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce] [C(98) 177 (liite 2)];

ottaa huomioon neuvoston 23 päivänä syyskuuta 1980 antaman suosituksen ohjeiksi, jotka koskevat yksityisyyden suojaamista ja henkilötietojen liikkumista rajojen yli [the Recommendation of the Council concerning Guidelines

Governing the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data] [C(80)58(Lopullinen)] sekä 8-9 päivinä lokakuuta 1998 annetun ministeritason julistuksen yksityisyyden suojaamisesta globaaleissa verkostoissa [the Ministerial Declaration on the Protection of Privacy on Global Networks] [C(98)177 (liite 1)];

ottaa huomioon 8-9 päivinä lokakuuta 1998 annetun ministeritason julistuksen oikeuksien tarkistamisesta sähköisessä kaupankäynnissä [the Ministerial Declaration on Authentication for Electronic Commerce] [(C98)177 (liite 3)];

ottaa huomioon neuvoston 26-27 päivinä marraskuuta 1992 antaman suosituksen ohjeiksi tietojärjestelmien turvallisuudesta [the Recommendation of the Council concerning Guidelines for the Security of Information Systems] [C(92)188/LOPULLINEN] sekä OECD:n 27 päivänä maaliskuuta 1997 antaman suosituksen ohjeiksi salaustekniikkaan sovellettavista toimintaperiaatteista [the OECD Recommendation concerning Guidelines on Cryptography Policy] [(97)62/LOPULLINEN];

myöntää, että sähköinen kaupankäynti voi tarjota kuluttajille uusia ja merkittäviä etuja, joista mainittakoon tällaisen kaupankäynnin helppous, tavara- ja palveluvalikoimien laajuus sekä mahdollisuus kerätä ja vertailla tietoja tarjottavista tavaroista ja palveluista;

myöntää, että eräät sähköisen kaupankäynnin erityispiirteet, kuten yrityksille ja kuluttajille sen kautta tarjoutuva mahdollisuus vaihtaa tavaroita ja palveluita koskevia tietoja helposti ja nopeasti sekä tehdä ostoksia rajojen yli, saattavat aiheuttaa tilanteita, jotka ovat kuluttajille ennestään tuntemattomia ja saattavat vaarantaa heidän etujaan, minkä vuoksi on entistä tärkeämpää, että kuluttajat ja yritykset ovat jatkuvasti ajan tasalla ja tietoisia oikeuksistaan ja velvoitteistaan sähköisillä markkinoilla;

myöntää, että kuluttaja-alalla voimassa olevaa lakia ja lainkäyttövaltaa koskevilla säännöillä saattaisi olla vaikutuksia monenlaisiin sähköiseen kaupankäyntiin liittyviin kysymyksiin samalla tavoin kuin voimassa olevaa lakia ja lainkäyttövaltaa koskevilla säännöillä saattaisi muissa yhteyksissä olla vaikutuksia kuluttajansuojaan;

myöntää, että kuluttajien luottamusta sähköistä kaupankäyntiä kohtaan voidaan lisätä kehittämällä jatkuvasti selkeitä ja tehokkaita kuluttajansuojaa liittyviä mekanismeja, joiden avulla on mahdollista rajoittaa vilpillistä, harhaanjohtavaa tai sopimatonta menettelyä sähköisessä kaupankäynnissä;

katsoo, että sähköisen kaupankäynnin tulee olla avointa ja kaikkien kuluttajien ulottuvilla; sekä

katsoo, että hallitusten ja yritysten sekä kuluttajien ja näiden edustajien tulee kiinnittää erityistä huomiota tehokkaiden ja rajat ylittävien korvausjärjestelmien kehittämiseen.

SUOSITTAA, ETTÄ JÄSENMAAT:

ryhtyvät tarpeellisiin toimiin tämän suosituksen liitteessä olevien ohjeiden voimaansaattamiseksi soveltuvin osin;

jakavat näitä ohjeita laajalti kaikille asianomaisille valtion virastoille ja laitoksille, sähköistä kauppaa harjoittaville elinkeinoelämän aloille, kuluttajia edustaville tahoille, tiedotusvälineille, oppilaitoksille ja muille yleistä etua edustaville sidosryhmille;

kannustavat yrityksiä sekä kuluttajia ja näiden edustajia toimimaan aktiivisesti edistääkseen ohjeiden voimaansaattamista kansainvälisellä, kansallisella ja paikallisella tasolla;

kannustavat hallituksia ja yrityksiä sekä kuluttajia ja näiden edustajia osallistumaan voimassa olevaa lakia ja lainkäyttövaltaa koskevien sääntöjen osalta käynnissä olevia tutkimuksia koskeviin suosituksiin tai harkitsemaan niihin osallistumista;

kehottavat OECD:hen kuulumattomia maita ottamaan huomioon tämän suosituksen eri kohdat tarkistaessaan kuluttajapolitiikkaansa, aloitteitaan ja määräyksiään;

tarjotessaan tehokasta kuluttajansuojaa sähköisen kaupankäynnin alalla tässä suosituksessa annettujen ohjeiden mukaisesti, harjoittavat neuvontaa ja yhteistoimintaa sekä helpottavat tiedon jakamista keskenään ja yhdessä OECD:hen kuulumattomien maiden sekä yritysten, kuluttajien ja heitä edustavien tahojen kanssa niin kansallisella kuin kansainväliselläkin tasolla;

saattavat nämä ohjeet voimaan tavalla, joka kannustaa elinkeinoelämää kehittämään uusia, kuluttajia hyödyttäviä

toimintamalleja ja teknisiä sovellutuksia, sekä kannustavat kuluttajia hyödyntämään kaikki käytettävissä olevat keinot vahvistaakseen asemaansa ostajina; sekä

ANTAA KULUTTAJAPOLIITTISEN KOMITEAN TEHTÄVÄKSI vaihtaa tietoja tämän suosituksen voimaansaattamisen edistymisestä ja suositusta koskevista kokemuksista, tarkastella näitä tietoja ja antaa neuvostolle selonteko asiasta vuonna 2002 tai jo aikaisemmin, sekä tarvittaessa sen jälkeenkin.

LIITE

OHJEET

ENSIMMÄINEN OSA
SOVELTAMISALA

Nämä ohjeet koskevat ainoastaan yritysten ja kuluttajien välistä sähköistä kaupankäyntiä, eivät yritysten keskenään käymää sähköistä kaupankäyntiä.

TOINEN OSA
YLEISET PERIAATTEET

I. Selkeä ja tehokas suoja

Sähköiseen kaupankäyntiin osallistuville kuluttajille tulee turvata selkeä ja tehokas kuluttajansuoja, joka tasoltaan vastaa vähintään muissa kaupankäynnin muodoissa vallitsevaa suojaa.

Hallitusten ja yritysten sekä kuluttajien ja näiden edustajien tulee yhteistoimin pyrkiä luomaan tällainen suoja ja selvittämään, millaisia muutoksia sähköisen kaupankäynnin erityisolojen huomioon ottaminen mahdollisesti edellyttää.

II. Hyvät kauppa-, mainonta- ja markkinointitavat

Sähköistä kaupankäyntiä harjoittavien yritysten tulee kiinnittää asianmukaista huomiota kuluttajien etuihin ja noudattaa toiminnassaan hyviä kauppa-, mainonta- ja markkinointitapoja.

Yritykset eivät saa tuoda esille mitään sellaista, tai jättää esilletuomatta, tai muutoinkaan menetellä tavalla, joka on ilmeisen vilpillistä, harhaanjohtavaa tai sopimatonta.

Tavaroita tai palveluja kuluttajille myyvät, mainostavat tai markkinoivat yritykset eivät saa toiminnassaan menetellä tavalla, josta saattaa aiheutua kohtuutonta vaaraa tai haittaa kuluttajille.

Yritysten tulee aina antaessaan tietoja itsestään tai tarjoamistaan tavaroista tai palveluista esittää tiedot selkeällä, näkyvällä ja täsmällisellä tavalla sekä siten, että ne ovat helposti saatavilla.

Yritysten tulee toimia niiden väitteiden mukaisesti, joita ne esittävät kuluttajakauppaa koskevista periaatteistaan tai menettelytavoistaan.

Yritysten tulee ottaa huomioon sähköisen kaupankäynnin globaali luonne sekä mahdollisuuksien mukaan kohdemarkkinoidensa erityispiirteet sääntelyn osalta.

Yritykset eivät saa käyttää hyväkseen sähköisen kaupankäynnin erityispiirteitä peittääkseen todellisen identiteettinsä tai sijaintinsa taikka välttyäkseen noudattamasta kuluttajansuojastandardeja ja/tai kuluttajansuojan täytäntöönpanomekanismeja.

Yritykset eivät saa käyttää kohtuuttomia sopimusehtoja.

Mainonnan ja markkinoinnin tulee olla selvästi sellaiseksi tunnistettavaa.

Mainonnasta ja markkinoinnista tulee käydä ilmi, minkä yrityksen puolesta markkinointi tai mainonta tapahtuu, mikäli tämän seikan ilmoittamatta jättäminen olisi harhaanjohtavaa.

Yritysten tulee pystyä näyttämään toteen kaikki suorat tai kätkeytyvät väitteensä väitteen koko voimassaoloajan, ja

kohtuullisen ajan sen jälkeenkin.

Yritysten tulee kehittää ja ryhtyä toteuttamaan tehokkaita ja helppokäyttöisiä menetelmiä, joiden avulla kuluttajat voivat päättää, haluavatko he vastaanottaa pyytämättä saapuvia kaupallisia sähköpostiviestejä.

Kuluttajien ilmoittaessa, että he eivät halua vastaanottaa pyytämättä saapuvia kaupallisia sähköpostiviestejä, tätä päätöstä tulee noudattaa.

Pyytämättä saapuviin sähköpostiviesteihin sovelletaan useissa maissa erityislainsäädäntöön tai itsesääntelyyn perustuvia rajoituksia.

Yritysten tulee noudattaa erityistä varovaisuutta mainonnassa ja markkinoinnissa, jonka kohteena ovat lapset, ikääntyneet, vakavasti sairaat tai muut sellaiset henkilöt, jotka eivät mahdollisesti pysty täysin ymmärtämään heille annettuja tietoja.

III. Tietojen julkistaminen verkossa

A. Yrityksestä annettavat tiedot

Kuluttajien kanssa sähköistä kaupankäyntiä harjoittavien yritysten tulee antaa itsestään täsmällistä, selkeätä ja helposti saatavilla olevaa tietoa, joka mahdollistaa vähintään:

- i) yrityksen tunnistamisen millä tahansa seuraavista yhteydenottokeinoista: virallinen nimi, liiketoiminnassa mahdollisesti käytettävä muu nimi, päätoimipaikan osoite, sähköpostiosoite tai muu sähköinen yhteystieto taikka puhelinnumero, sekä soveltuvin osin rekisterinpitäjän osoite ja valtion mahdolliset rekisteri- tai lupanumerot;
- ii) kuluttajan nopean, helpon ja tehokkaan sähköisen viestinnän yrityksen kanssa;
- iii) riitojen asianmukaisen ja tehokkaan ratkaisemisen;
- iv) oikeuteen haastamisen; ja
- v) yrityksen ja sen johtajien paikantamisen säädösten noudattamista valvovien ja sääntelystä vastaavien viranomaisten avulla.

Jos yritys ilmoittaa kuuluvansa näiden ohjeiden kannalta merkitykselliseen itsesääntelyjärjestelmään, yritysten muodostamaan yhdistykseen, riitoja ratkaisevaan organisaatioon tai muuhun varmennuselimeen, sen tulee ilmoittaa kuluttajille asianmukaiset yhteystiedot, tavan, jolla kuluttajat voivat helposti tarkistaa jäsenyyden ja tarvittavat tunnukset ja menetelmät, jotka avaavat kuluttajille verkkoyhteyden kyseiseen varmennuselimeen.

B. Tavaroista tai palveluista annettavat tiedot

Kuluttajien kanssa sähköistä kaupankäyntiä harjoittavien yritysten tulee antaa tarjoamistaan tavaroista tai palveluista täsmällisiä, riittäviä ja helposti saatavilla olevia tietoja, jotta kuluttajat voivat niiden perusteella tehdä tietoisien päätösten kaupan solmimisesta ja saada myös itselleen tositteiden, josta kyseiset tiedot käyvät riittävän selvästi ilmi.

C. Kaupanteosta annettavat tiedot

Sähköistä kaupankäyntiä harjoittavien yritysten tulee antaa kaupan ehdoista, edellytyksistä ja kustannuksista riittävästi tietoa, jotta kuluttajat voivat sen perusteella tehdä tietoisien, joko myönteisen tai kielteisen päätöksen, kaupan solmimisesta.

Tietojen tulee olla selkeitä, täsmällisiä ja helposti saatavilla sekä siten annettuja, että kuluttajille jää riittävästi harkinta-aikaa ennen lopullisen ostopäätöksen tekemistä.

Mikäli kaupanteko on mahdollista useammalla kuin yhdellä kielellä, yritysten tulee antaa kullakin kielellä kaikki ne tiedot, joita kuluttajat tarvitsevat voidakseen tehdä tietoisien ostopäätöksen.

Yritysten tulee esittää kuluttajille kaupan oleelliset ehdot ja edellytykset selkeästi ja täydellisesti kirjallisessa muodossa ja siten, että ne ovat myös kuluttajien saatavilla ja tallennettavissa.

Sikäli kuin kaupanteon yhteydessä on mahdollista ja asianmukaista, tietoihin on sisällytettävä:

- i) erittely yrityksen veloittamista ja/tai muuten maksettaviksi määräämistä kustannuksista;
- ii) maininta muista kuluttajan maksettaviksi normaalisti tulevista kustannuksista, jotka yritys jättää veloittamatta

- ja/tai määräämättä;
- iii) tavaran toimitusehdot tai palvelun suoritus ehdot;
 - iv) maksuehdot ja maksutavat;
 - v) ostopaikat tai ostos edellytykset, kuten vaatimus vanhemman tai holhoojan suostumuksesta tai maantieteelliset tai ajalliset rajoitukset;
 - vi) asianmukaiset käyttöohjeet turvallisuutta ja terveyttä koskevine varoituksineen;
 - vii) huoltoa koskevat tiedot;
 - viii) yksityiskohtaiset tiedot kaupan peruuttamiseen, irtisanomiseen, tavaran palautukseen tai vaihtoon, kaupan purkuun ja/tai hyvityksen maksamiseen liittyvistä ehdoista ; sekä
 - ix) yrityksen antamat takuut.

Kustannuksia koskevilla tiedoilla tulee aina ilmoittaa käytettävä valuutta.

IV. Vahvistusmenettely

Jotta ei syntyisi epäselvyyttä kuluttajan osto-oikeista, ostoa suunnittelevan kuluttajan on voitava ennen kaupan päättämistä tarkoin osoittaa, mitä tavaroita tai palveluja hän haluaa ostaa, todeta ja oikaista mahdolliset virheet tai muuttaa tilaustaan, antaa tietoinen ja harkittu ostosuostumus sekä saada tosittu, josta käyvät riittävän yksityiskohtaisesti ja selvästi ilmi kauppa koskevat tiedot.

Kuluttajan on voitava peruuttaa kauppa ennen ostoksen suorittamista.

V. Maksaminen

Kuluttajille on tarjottava helppokäyttöiset ja turvalliset maksujärjestelyt ja ilmoitettava niiden turvallisuusaste.

Maksujärjestelmien luvattomaan tai vilpilliseen käyttöön liittyvän vastuun rajaaminen samoin kuin takaisinperintämahdollisuudet ovat tehokkaita keinoja lisätä kuluttajien luottamusta, ja niiden kehittämistä ja käyttöä sähköisessä kaupankäynnissä tuleekin suosia.

VI. Riitojen ratkaisu ja korvausmenettely

A. Sovellettava laki ja lainkäyttöjärjestelmät

Yritysten kuluttajille suuntaama sähköinen tai muu rajat ylittävä kaupankäynti perustuu voimassa oleviin säännöksiin ja lainkäyttöjärjestelmiin.

Sähköinen kaupankäynti merkitsee haasteita nykyisin käytössä oleville järjestelmille. Sen vuoksi tuleekin harkita, pitäisikö voimassa olevaa peruslainsäädäntöä ja lainkäyttöjärjestelmää muuttaa tai soveltaa eri tavalla, jotta varmistettaisiin tehokas ja selkeä kuluttajansuoja sähköisen kaupankäynnin jatkuvasti kasvaessa.

Harkitessaan olemassa olevien puitteiden muuttamista hallitusten tulee pyrkiä varmistamaan, että nämä puitteet ovat oikeudenmukaisia niin kuluttajien kuin elinkeinoelämänkin kannalta ja että ne helpottavat sähköistä kaupankäyntiä, takaavat kuluttajille vähintään yhtä hyvän oikeudellisen suojan kuin muutkin kaupankäynnin muodot ja antavat kuluttajille mahdollisuuden kohtuulliseen ja oikeaan aikaan tapahtuvaan riitojen ratkaisuun ja korvauksen saantiin ilman aiheettomia kustannuksia tai turhaa vaivannäköä.

B. Vaihtoehtoiset riidanratkaisu- ja korvausmenettelyt

Kuluttajille tulee taata mielekäs mahdollisuus kohtuulliseen ja oikeaan aikaan tapahtuvaan vaihtoehtoiseen riitojen ratkaisuun ja korvauksen saantiin ilman aiheettomia kustannuksia tai turhaa vaivannäköä.

i) Yritysten, kuluttajia edustavien tahojen ja hallitusten tulee myös vastedes yhteistyössä käyttää ja kehittää oikeudenmukaisia, tehokkaita ja selkeitä itsesääntely- ym. menettelyjä, kuten vaihtoehtoisia riidanratkaisutapoja, käsitellä kuluttajien tekemiä valituksia ja ratkaista sähköisestä kaupankäynnistä aiheutuvia, kuluttaja-asioihin liittyviä riitoja kiinnittäen erityistä huomiota rajat ylittävään kaupankäyntiin.

ii) Yritysten ja kuluttajia edustavien tahojen tulee vastaisuudessaakin luoda oikeudenmukaisia, tehokkaita ja selkeitä sisäisiä mekanismeja kuluttajien tekemien valitusten ja heidän vaikeuksiensa kohtuullista ja oikea-aikaista käsittelyä ja niihin reagoimista varten ilman, että tästä aiheutuu kuluttajalle aiheettomia kustannuksia tai turhaa vaivannäköä.

Kuluttajia tulee kannustaa käyttämään näitä mekanismeja hyväkseen.

iii) Yritysten ja kuluttajia edustavien tahojen tulee myös vastedes luoda yhteistoimintaan perustuvia itsesääntelyohjelmia kuluttajien tekemien valitusten käsittelemiseksi ja kuluttajien avustamiseksi sähköiseen kaupankäyntiin liittyvien riitojen ratkaisemisessa.

Yritysten, kuluttajia edustavien tahojen sekä hallitusten tulee yhteistyössä toimien jatkossakin tarjota kuluttajille vaihtoehtoisia riidanratkaisumenettelyjä, jotka mahdollistavat riidan tehokkaan ratkaisemisen oikeudenmukaisesti ja oikeaan aikaan ilman, että tästä aiheutuu kuluttajalle aiheettomia kustannuksia tai turhaa vaivannäköä.

iv) Edellä sanottua toteutettaessa yritysten, kuluttajia edustavien tahojen sekä hallitusten tulee hyödyntää tietotekniikkaa uudistushakuisesti ja pyrkiä sen avulla lisäämään kuluttajien tietoisuutta ja valinnanvapautta.

Myös lisätutkimukset ovat tarpeen tässä jaksossa asetettujen tavoitteiden toteuttamiseksi kansainvälisellä tasolla.

VII. Yksityisyys

Asianmukaisen ja tehokkaan kuluttajansuojan takaamiseksi yritysten tulee kuluttajille suunnatussa sähköisessä kaupankäynnissä toimia niiden tunnustettujen, yksityisyyttä koskevien periaatteiden mukaisesti, jotka on esitetty OECD:n ohjeissa yksityisyyden suojaamisesta ja henkilötietojen liikkumisesta rajojen yli (1980) ja ottaen huomioon OECD:n ministeritason julistuksen, joka koskee yksityisyyden suojaamista globaaleissa verkostoissa (1998).

VIII. Kuluttajakasvatus ja -tietous

Hallitusten, elinkeinoelämän ja kuluttajia edustavien tahojen tulee yhteistyössä toimien opastaa kuluttajia sähköiseen kaupankäyntiin liittyvissä asioissa tarkoituksena parantaa sähköiseen kaupankäyntiin osallistuvien kuluttajien mahdollisuuksia tehdä järkeviä ostopäätöksiä sekä lisätä yritysten ja kuluttajien tietoisuutta sähköistä kaupankäyntiä koskevan kuluttajansuojan puitteista.

Hallitusten, elinkeinoelämän, tiedotusvälineiden, oppilaitosten ja kuluttajia edustavien tahojen tulee opastaa kuluttajia ja yrityksiä kaikin tehokkain keinoin, mukaanlukien globaalien verkostojen mahdollistamat innovatiiviset tekniikat.

Hallitusten, kuluttajia edustavien tahojen ja yritysten tulee yhteistyössä toimien jakaa kuluttajille ja yrittäjille globaalisti tietoa oleellisista kuluttajansuojasäädöksistä ja oikeusturvakeinoista helposti saatavilla olevassa ja ymmärrettävässä muodossa.

KOLMAS OSA TOTEUTTAMINEN

Tämän suosituksen tarkoituksen toteuttamiseksi jäsenmaiden tulee sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla ja yhteistoimin yritysten, kuluttajien ja heitä edustavien tahojen kanssa

a) tarkistaa ja tarvittaessa tukea itsesääntelymenettelyjä ja/tai hyväksyä ja sopeuttaa säädöksiä ja menettelytapoja vastaamaan myös sähköisen kaupankäynnin asettamia vaatimuksia, pitäen mielessä teknologian ja tiedotusvälineiden puolueettomuuden periaatteet;

b) kannustaa yksityissektoria säilyttämään johtajuutensa, joka merkitsee mm. kuluttajia edustavien tahojen osallistumista sellaisiin tehokkaisiin itsesääntelymekanismeihin, joihin sisältyy erityisiä substanssisäännöksiä riitojen ratkaisemiseksi sekä vaatimustenmukaisuuden toteutismekanismeja;

c) kannustaa yksityissektoria säilyttämään johtajuutensa kehitettäessä teknologiaa kuluttajansuojan ja kuluttajien valtuuttamisen välineenä;

d) tukea näiden ohjeiden olemassaoloa, tarkoitusta ja sisältöä mahdollisimman laajasti ja kannustaa käyttämään niitä; sekä

e) parantaa kuluttajien mahdollisuuksia hankkia tietoa kuluttajakasvatuksesta ja saada opastusta sekä tehdä sähköiseen kaupankäyntiin liittyviä valituksia.

NELJÄS OSA GLOBAALI YHTEISTYÖ

Taatakseen tehokkaan kuluttajansuojan globaalissa sähköisessä kaupankäynnissä jäsenmaiden tulee

helpottaa yritysten, kuluttajia edustavien tahojen sekä hallitusten välistä tiedonvälitystä kansainvälisellä tasolla, yhteistyötä ja tarpeen mukaan yhteisten aloitteiden aikaansaamista ja toteuttamista;

harjoittaa oikeus-, sääntely- ja täytäntöönpanoviranomaistensa välityksellä kansainvälisen tason yhteistyötä tarpeen mukaan tietoja vaihtamalla ja välittämällä, toimintoja yhteensovittamalla ja pyrkimällä yhteistoimin estämään vilpillistä, harhaanjohtavaa ja sopimatonta menettelyä rajat ylittävässä kaupankäynnissä;

käyttää hyväksi olemassa olevia kansainvälisiä verkostoja ja liittyä kahden- ja/tai monenvälisiin sopimuksiin tai muihin järjestelyihin tällaisen yhteistyön toteuttamiseksi tarpeen mukaan ja soveltuviissa tapauksissa;

toimia yhteisymmärryksen aikaansaamiseksi keskeisistä kuluttajansuojatoimista sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla tarkoituksena lisätä kuluttajien luottamusta, varmistaa asioiden ennakoitavuus yritysten näkökulmasta ja suojella kuluttajia; sekä

pyrkii omin ja yhteisin toimin kehittämään sopimuksia tai muita järjestelyjä toisaalta kuluttajien ja yritysten välisistä riitatapauksista sekä toisaalta vilpillisen, harhaanjohtavan ja sopimattoman menettelyn estämiseksi suoritetuista toimenpiteistä tehtyjen päätösten keskinäiseksi tunnustamiseksi ja täytäntöön panemiseksi.